

**PROSES KREATIF PEMBUATAN WEBSITE  
MILESTONE ADVERTISING and COMMUNICATION  
di PT. BATU PIJAK KREATIVITAS**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Diajukan untuk menempuh Ujian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas INDONUSA Esa Unggul

Oleh

DWIKA OMEGA

N.I.M : 2004 – 54 – 011

Konsentrasi : Periklanan



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS INDONUSA ESA UNGGUL  
JAKARTA 2008**

**UNIVERSITAS INDONUSA ESA UNGGUL**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI PERIKLANAN**

**TANDA PERSETUJUAN SIDANG**  
**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Nama : Dwika Omega  
N.I.M : 2004 – 54 – 011  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul : Proses Kreatif Pembuatan Website Milestone  
Advertising and Communication di PT. Batu Pijak  
Kreativitas.

Jakarta, 5 Juli 2008

Ketua Bidang Konsentrasi,

( Z. Hidayat, Ir, MM, M.Si)

Pembimbing Lapangan,

Pembimbing Materi,

( Aldy Indartono )

( Subarkah W Widodo, S.Sos )

**UNIVERSITAS INDONUSA ESA UNGGUL**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI PERIKLANAN**

**TANDA PENGESAHAN SIDANG**  
**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Telah Diuji di Jakarta, 19 Agustus 2008

Dinyatakan : (Lulus / Tidak Lulus)

Nama : Dwika Omega

N.I.M : 200454011

Judul : Proses Kreatif Pembuatan Website Milestone  
Advertising and Communication di PT. Batu Pijak  
Kreativitas.

Sidang Penguji,

Penguji 1,

Penguji 2,

( Euis Nurul B, SE. )

( Subarkah W Widodo, S.Sos)

## **ABSTRAK**

Nama/NIM : Dwika Omega/200454011.  
Judul : Proses Kreatif Pembuatan Website Milestone Advertising and Communication di PT. Batu Pijak Kreativitas.  
Jumlah Halaman : vi; 36 halaman; 8 gambar; 6 lampiran.  
Daftar Pustaka : 11 judul 1999 - 2008

Karya tulis ini dimaksudkan sebagai laporan atas Praktek Kerja Lapangan yang penulis lakukan di PT. Batu Pijak Kreativitas dari 26 November 2007 hingga 11 Januari 2008, yakni menyangkut Proses Kreatif Pembuatan Website Milestone Advertsing and Communication di PT. Batu Pijak Kreativitas.

Laporan ini membahas apa yang penulis lakukan selama melakukan praktek kerja, yakni mulai dari bagaimana cara membuat website yang sesuai dengan keinginan klien. Berdasarkan apa yang telah penulis lakukan selama praktek kerja, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam membuat sebuah website membutuhkan kerjasama tim yang baik agar sesuai dengan keinginan.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, penulis telah diberi kesempatan untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. BATU PIJAK KREATIVITAS selama satu bulan terhitung dari tanggal 26 November 2007 hingga 11 Januari 2008.

Laporan Praktek Kerja Lapangan ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang Proses Kreatif Pembuatan Website Milestone Advertising and Communication. Laporan Praktek Kerja Lapangan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh diploma tiga Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Indonusa Esa Unggul Jakarta. Penelitian ini merupakan penerapan ilmu komunikasi yang penulis peroleh dalam perkuliahan.

Penulis menyadari banyak mendapat bantuan baik materil dan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua orangtua serta kakak dari penulis yang selalu mendoakan dan mensupport ku agar bisa cepat selesai.
2. Om Karni yang setia mengantar dan selalu mendukung penulis agar bisa cepat menyelesaikan kuliah.
3. Ibu Kemala Motik Abdul Gafur, selaku Rektor UIEU.
4. Bapak Drs. Dani Vardiansyah M.Si, selaku Dekan Fikom.
5. Bapak Z. Hidayat MM, M.Si, selaku ketua bidang konsentrasi.
6. Bapak Subarkah W. Widodo selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
7. Milestone Advertising and Communication (MAC) yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan.
8. Pak SAM selaku HRD Milestone yang telah memberikan kesempatan penulis.
9. George Varghese selaku *Managing Director*.
10. Aldy Rianto Indartono selaku *General Director*.

11. Mas Sofyan alias Mr. Smile selaku *Creative Director*, “pagi mas...”
12. Mas Agus kalau ngerokok jangan di ruangan AC donk! Pusing nie kepala!!, Buat Mas Anto and Mas Hendra (“*special message : don’t be late*”), masa kalah sie sama aq...hehehe.....^-^
13. Mba Artanti yang membantu mengenalkan penulis kepada semua staf di Milestone ketika pertama kali datang, selamat ya mba anaknya lahir juga..., smoga jadi anak yang pintar .
14. Mba Dina serta Mas Reno yang selalu membuat kehebohan suasana kantor.
15. Pak Chaerul, Mas Pri dan Mas Joko yang selalu mempersiapkan segalanya agar kantor tetap bersih dan indah.
16. Hikmah akhirnya dengan penantian yang cukup lama dan penuh pengorbanan kita lulus juga ya..., Jangan lupa ye maen ketempat gw.....!!!
17. Icha thanx buat pinjemannya, bisa jg kan gw biar pun telat he...
18. Puji and DD sahabat setia ku yang selalu mendukung, makasih ya... God Love U.
19. Buat temen – temen adv 2004, slepi, dan anak – anak KMK thanx for all.

Dan untuk semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk semua dukungan dan perhatian yang diberikan.

Jakarta, 6 Juli 2008

C. Dwika Omega

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Praktek Kerja Lapangan .....	3
1.3 Manfaat Laporan .....	3
1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan PKL .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi .....	5
2.2 Periklanan .....	7
2.3 Media .....	8
2.3.1 Above The Line (ATL) .....	8
2.3.1.1 Internet .....	8
2.3.1.1.1 Keunggulan internet .....	10
2.3.1.1.2 Kelemahan internet .....	11
2.3.2 Below The Line (BTL) .....	11
2.4 Website .....	11
2.5.1 Kelebihan website .....	12
2.5.1 Kekurangan website .....	13
2.5.1 Desain web.....	14
<b>BAB III GAMBARAN UMUM</b>	
3.1 Sejarah Perusahaan .....	18
3.2 Visi, Misi & Motto.....	19
3.3 Pelayanan Jasa.....	20
3.4 Klien.....	21
3.5 Struktur Organisasi .....	23
3.6 Tugas Setiap departemen.....	25

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Aktivitas Khusus .....	30
4.1 Konsep Desain .....	31
4.2 Desain .....	32
4.3 Pembuatan Storyboarding .....	33

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	35
5.2 Saran .....	36

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

- Lampiran-1 : Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan dari kampus
- Lampiran-2 : Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan dari MAC
- Lampiran-3 : Desain website Milestone Advertising and Communication



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktur Organisasi MAC.....	24
---------------------------------------	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media merupakan *channel* yang digunakan untuk menyampaikan pesan sebagai sarana berkomunikasi. Penyampaiannya melalui bahasa verbal maupun non verbal, wujudnya berupa ucapan, tulisan, gambar, bahasa tubuh, sandi dan sebagainya. Salah satu media yang saat ini mulai diperhitungkan sebagai sarana beriklan dan berpromosi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran yang dituju ialah internet. Internet sangat berguna bagi kita, baik di masa sekarang maupun yang akan datang. Dengan internet semua kebutuhan akan cepat dan mudah diakses. Dari internet inilah banyak kita jumpai website – website yang menyediakan beragam kebutuhan dan informasi – informasi baru.

Di akhir tahun 1990, internet merupakan salah satu media komunikasi yang mulai populer di Indonesia. Kehadirannya tidak hanya memberikan informasi tetapi juga menyebarkan informasi. Tahun 1989, *Timothy Berners-Lee* ahli komputer dari Inggris menciptakan World Wide Web yaitu semacam program yang memungkinkan suara, gambar, film, musik ditampilkan dalam internet. Penemuan inilah yang membuat tampilan internet menjadi lebih menarik dan sangat bervariasi.

Dalam internet, jaringan yang terjalin bersifat global tanpa mengenal ruang dan waktu, hampir seluruh kebutuhan informasi tersedia di internet. Salah satu pertimbangan bagi pengguna internet yaitu tidak mengenal adanya perbedaan waktu serta dengan mudah mendapatkan informasi. Selain itu kita juga dapat berinteraksi dengan pengguna internet di belahan dunia tanpa batas seperti *chatting*.

Dahulu internet hanya dapat digunakan oleh kalangan tertentu dan dengan komponen tertentu saja. Namun saat ini orang yang berada dirumah pun bisa terhubung ke internet dengan menggunakan modem dan jaringan telepon. Selain itu, internet banyak digunakan oleh lembaga pendidikan, lembaga pemerintahan, lembaga militer di seluruh dunia serta perusahaan untuk memberikan informasi kepada masyarakat dan salah satunya Milestone.

Mengingat akan pentingnya informasi maka, Milestone membuat sebuah terobosan baru dengan memperkenalkan dan menginformasikan perusahaannya melalui website. Untuk itu diperlukan konsep serta proses kreatif dalam pembuatan desain web itu sendiri. Berdasarkan gambaran tersebut di atas, maka penulis mencoba untuk membahas lebih jauh tentang **“Proses Kreatif Pembuatan Website Milestone Advertising and Communication di PT. Batu Pijak Kreativitas”**.

## **1.2 Tujuan PKL**

Setiap kegiatan tentunya mempunyai maksud dan tujuan tertentu, diantaranya :

- Untuk menambah pengetahuan, keterampilan dan pemahaman serta mendapat pengalaman baru secara langsung tentang dunia kerja.
- Memenuhi salah satu syarat kelulusan yang harus di ikuti mahasiswa.
- Melatih diri untuk bekerja sama dalam dunia yang sebenarnya serta tidak hanya menguasai teori, tapi juga mempraktekkannya secara langsung.

## **1.3 Manfaat Laporan**

Hasil dari PKL ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta wawasan, khususnya dalam dunia periklanan. Serta dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa lain sebagai bahan acuan.

## **1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan PKL**

### **1.4.1 Lokasi**

Penulis mendapat kesempatan untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di :

Nama Perusahaan : PT. BATU PIJAK KREATIVITAS

Alamat : Jl. Gandaria Tengah VI no.38 Jakarta Selatan.

Telp : (021) 723 2707  
Fax : (021) 739 60021  
Email : milestonead.com

#### **1.4.2 Waktu**

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan penulis dimulai pada:

Tanggal : 26 November 2007 – 11 Januari 2008  
Hari : Senin – jumat  
Pukul : 9.30 – 18.00

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama”. Istilah *communis* adalah istilah yang sering disebut sebagai asal – usul kata komunikasi.

Menurut Sendjaja (1999 ; 8) komunikasi adalah “proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu”.

Menurut Lasswell dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar yang dikutip oleh Mulyana (2002 ; 62), komunikasi adalah “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?”. Berdasarkan definisi Lasswell tersebut, maka dapat diturunkan 5 unsur komunikasi, yaitu:

#### ❖ Komunikator

Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator. Komunikator bertindak sebagai produsen yang menyampaikan pesannya kepada komunikan. Komunikator di definisikan sebagai manusia berakal budi yang berinisiatif menyampaikan pesan untuk mewujudkan motif

komunikasinya. Bila di lihat dari jumlahnya, komunikator dapat terdiri dari satu orang, banyak orang / lebih dari satu, dan massa.

❖ Pesan

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, diciptakan berupa lambang – lambang komunikasi seperti suara, mimik, gerak – gerak, serta bahasa lisan maupun tulisan. Pesan disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasi. Pesan di definisikan sebagai segala sesuatu baik verbal maupun nonverbal, yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya.

❖ Komunikan

Orang yang menerima pesan disebut komunikan. Komunikan didefinisikan sebagai manusia berakal budi, kepada siapa pesan komunikator ditujukan.

❖ Media

Media adalah alat perantara yang dipilih komunikator untuk mengantarkan pesan agar sampai ke komunikan.

❖ Feedback

Feedback atau umpan balik adalah pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dari diri komunikannya.

Berdasarkan definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah “proses atau usaha penyampaian pesan yang terjadi dalam diri komunikator, yang ditujukan kepada komunikan melalui media sebagai

perantaranya dengan maksud dan tujuan tertentu untuk mewujudkan motif komunikasi yang ditimbulkan”.

## **2.2 Periklanan**

Menurut pengertiannya periklanan berasal dari bahasa Latin *advertere*, yang berasal dari dua kata yakni: *ad* berarti “ke” atau “kepada” dan *vertere* berarti “beralih” atau “berpaling”. Sedangkan dalam bahasa Inggris – *advertising* atau *advertise* berarti “beralih kepada” atau “berpaling”. Jadi, periklanan dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan yang mengalihkan orang banyak / konsumen kepada suatu barang / jasa / ide.

Periklanan menurut *Kamus Komunikasi*, Bandung (1989) adalah “kegiatan menyebarluaskan pesan komunikasi kepada khalayak untuk memberitahukan sesuatu atau untuk menawarkan barang / jasa dengan jalan menyewa media massa”.

Menurut Suyanto (2004 ; 3), periklanan merupakan “penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi yang merupakan alat promosi yang kuat.

Berdasarkan definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa periklanan adalah “kegiatan menyebarkan informasi tentang ide / jasa / produk melalui media sebagai perantaranya yang bertujuan untuk mengalihkan konsumen agar melakukan suatu tindakan dalam proses komunikasinya”.



## **2.3 Media**

Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, media adalah alat perantara yang sengaja dipilih oleh komunikator untuk mengantarkan pesan kepada komunikan, sedangkan pesan disampaikan komunikator untuk mewujudkan motif komunikasi.

Menurut Kamus Komunikasi, Bandung (1989) media adalah “sarana yang dipergunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua – duanya”.

Jadi, persoalan utama dalam pemilihan media komunikasi adalah sejauh mana media yang dipilih mampu mewujudkan motif komunikasi dari komunikatornya.

### **2.3.1 Media Above The Line ( Media Lini Atas )**

*Media Above The Line* adalah kelompok media promo yang dapat di ukur tingkat ratingnya berdasarkan sumber data seperti Nielsen, sehingga dapat diakui kebenarannya. Contoh media lini atas seperti media cetak surat kabar, radio, televisi, video, majalah, dan sebagainya.

#### **2.3.1.1 Internet**

Internet atau *Interconnection Networking* telah membentuk ruang dan waktu baru yang bersifat nirjarak dan nirwaktu disebut *cyberspace*. Kata *cyberspace* digunakan dan dipopulerkan pertama kali oleh William Gibson dalam novel fantasi ilmiahnya, *Neuromancer* yang terbit pada tahun 1984.

Di *cyberspace*, segala bentuk media komunikasi seperti: *face-to-face meeting*, telepon, fax, surat, surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film bermutasi menjadi *teleconference*, *i-phone* (internet telepon), *i-fax* (internet fax), *e-mail* (electronic mail), *e-magazine* (electronic magazine), dll.

Internet diartikan sebagai jaringan komputer luas dan besar yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai statis hingga yang dimanis dan interaktif.

Sejarah internet dimulai pada tahun 1969, ketika Departemen Pertahanan Amerika, U.S. Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA) memutuskan untuk mengadakan riset tentang bagaimana caranya menghubungkan sejumlah komputer sehingga membentuk jaringan organik.

Menurut Morissan (2007 ; 246) internet dapat didefinisikan sebagai “*a worldwide means of exchanging information and communicating through a series of interconnected computers* (suatu metode yang mendunia untuk saling tukar menukar informasi dan berkomunikasi melalui komputer yang saling terkoneksi)”.

Menurut Ries dan Ries (2001 ; 34) “medium baru berada di lapisan lebih atas dari media yang lebih dulu ada, merubah dan

memodifikasi cara berkomunikasi sebelumnya”. Proses komunikasi yang semula bersifat tatap muka antarpribadi menjadi media dengan cakupan publik luas. Naluri berkomunikasi serta berbagi informasi dan pengetahuan mendorong manusia menciptakan teknologi komunikasi seperti internet.

Bagi Harnad (1991), internet merupakan revolusi keempat dalam perubahan radikal konstruksi pengetahuan umat manusia. Menurutnya beberapa evolusi sebelum akhirnya umat manusia memasuki revolusi keempat dalam perubahan radikal konstruksi pengetahuannya, yakni ketika seluruh evolusi dan temuan setelah Guttenberg menyatu dalam satu “*big - bang*” teknologi internet.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa internet adalah “jaringan yang bersifat global yang memungkinkan suara, gambar, film, musik ditampilkan dengan memberikan dan menyebarkan informasi, dengan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu melalui komputer yang saling terkoneksi”.

#### **2.3.1.1.1 Keunggulan internet**

- Jaringan yang terjalin bersifat global tanpa mengenal ruang dan waktu. Hampir seluruh kebutuhan informasi tersedia di internet.
- Tidak mengenal adanya perbedaan waktu.

- Lebih cepat mendapatkan informasi bila dibanding dengan pencarian secara manual.
- Dapat berinteraksi dengan pengguna internet di belahan dunia tanpa batas.

#### **2.3.1.1.2 Kelemahan internet**

Selain keunggulan yang telah disebutkan, internet juga mempunyai kelemahan. Kelemahan ini tergantung dari sudut pandang setiap penggunanya.

- Masalah yang selalu berkembang seiring perkembangan dunia komputer maupun internet adalah virus. Ancaman virus ini berkembang dan penyebarannya bervariasi, baik lewat *e-mail*, *spam*, maupun file – file yang di download.

### **2.3.2 Media Below The Line ( Media Lini Bawah )**

*Media Below The Line* adalah kelompok media promo yang tidak dapat diketahui jumlah target audience seperti halnya media lini atas. Contoh media lini bawah seperti barang – barang cetakan (brosur, flier, company profile, dan sebagainya).

## **2.4 Website**

Situs web (sering disingkat *situs*, *web site* atau *site*) adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*web page*), yang umumnya merupakan bagian dari

suatu nama domain / subdomain di World Wide Web (WWW) di internet. Web adalah sistem pengiriman dokumen tersebar yang berjalan di internet. Sedangkan website adalah sebuah tempat di internet dimana kita bisa menempatkan informasi. Internet bagaikan sebuah pusat perdagangan terbesar di dunia dan website adalah salah satu toko atau kios di pusat perdagangan tersebut.

Situs diartikan sebagai kumpulan halaman – halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar, gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing – masing dihubungkan dengan link – link.

Tahun 1989, *Timothy Berners-Lee* ahli komputer dari Inggris menciptakan World Wide Web yaitu semacam program yang memungkinkan suara, gambar, film, musik ditampilkan dalam internet.

Penemu website adalah *Sir Timothy John Berners-Lee*, sedangkan website yang tersambung dengan jaringan pertama kali muncul pada tahun 1991.

Sebuah website bisa berupa hasil kerja dari perorangan atau individu yang menunjukkan kepemilikan dari sebuah organisasi, perusahaan dan biasanya website menunjukkan beberapa topik khusus atau kepentingan tertentu.

#### **2.4.1 Kelebihan website**

- Dapat di akses dimana dan kapan saja,
- Menjangkau ke seluruh dunia,
- Tidak ada batasan ruang maupun waktu,

- Kelengkapan informasi yang disajikan dengan biaya relatif murah,
- Meningkatkan posisi image perusahaan,
- Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

#### **2.4.2 Kekurangan website**

- Produk yang ditampilkan serta pasar yang dituju lebih *segmented* (terpusat pada kalangan / kelompok konsumen tertentu).

### **2.5 Kreatif**

Konsep kreatif dibuat dan diciptakan dengan tujuan untuk memperkenalkan, membedakan, atau mempromosikan produk dalam benak konsumen untuk menghadapi persaingan. Tentunya konsep yang ditawarkan harus menarik agar tujuan dalam beriklan tercapai, yaitu menjual.

Definisi kreatif menurut Madjadikara (2005 ; 55) adalah “*Suatu kemampuan yang dimiliki seseorang (sekelompok orang) yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan – pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara baru atau unik yang berbeda dan lebih baik dari sebelumnya (Creative Education Foundation)*”.

Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kreatif adalah “daya cipta ; memiliki kemampuan untuk menciptakan ; pekerjaan yang menghendaki kecerdasan dan imajinasi”.

Berdasarkan definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa kreatif adalah “kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan dan menemukan hal – hal baru dalam menghadapi situasi tertentu dengan menggunakan cara yang berbeda dari sebelumnya dalam memecahkan masalah”.

## 2.5.1 Desain web

Definisi desain web menurut Andi (2005 ; 1) adalah “sebuah ilmu yang kompleks dalam hal merencanakan dan memproduksi situs web termasuk di dalamnya *technical development*, struktur informasi, desain visual dan penyampaian informasi di dalam jaringan internet”.

*Technical development* ialah teknik atau cara perencanaan awal hingga akhir sebuah website dalam suatu proses pengembangan suatu sistem, sehingga sistem tersebut dapat berjalan sesuai dengan rancangan.

Struktur informasi sama halnya seperti struktur menu. Struktur informasi menggambarkan organisasi data secara logika. Apakah nantinya data – data akan di susun dalam bentuk tabel atau menyerupai pohon (*tree*). Yang perlu diperhatikan pada struktur informasi adalah bagaimana data item yang ada saling berhubungan, misalnya *home*, *about us*, *services*, dan *contact*.

Desain visual yang di maksud adalah tugas web desainer dalam menentukan tampilan halaman web, seperti tata letak (*layout*), navigasi, logo untuk situs web, dan lain – lain.

Beberapa langkah - langkah yang perlu diperhatikan dalam membuat desain web, diantaranya:

- Tujuan pembuatan situs web

Dalam menentukan tujuan pembuatan situs web, bisa dilakukan melalui beberapa pertanyaan seperti: website apa yang ingin dibuat ? targetan apa yang ingin dicapai dengan pembuatan website ini?. Dengan

menjawab pertanyaan - pertanyaan di atas akan semakin jelas dan mempermudah dalam membangun sebuah website.

- Menentukan siapa pengunjung situs web

Misalnya dilihat dari targetnya, apakah sebuah perusahaan atau organisasi tertentu. Misalnya dilihat dari segi range usia, seberapa sering mengakses situs web dan tujuan mereka mengakses situs web.

- Menganalisa kebutuhan situs web

Setelah mengetahui tujuan dan target pengunjung, tahapan selanjutnya ialah menganalisa kebutuhan situs web. Misalnya kebutuhan situs web berdasarkan isinya seperti menentukan jumlah halaman yang akan ditampilkan; menentukan kebutuhan fungsional situs web seperti fasilitas buku tamu, tanya jawab, dan lain – lain; serta menentukan kebutuhan sistem situs web termasuk menggunakan bahasa scripting yang digunakan seperti animasi, suara, video, dan tool – tool untuk membangun situs web yang digunakan untuk mendukung kebutuhan isi dan fungsionalitas.

Tahapan proses mendesain web, diantaranya:

- Desain

Menentukan halaman web seperti tata letak banner, navigasi, logo untuk situs web. Suatu desain yang baik yaitu dapat mengabungkan layout, warna, foto, image serta animasi secara baik sehingga bagus untuk dipandang.



- Pembuatan Storyboarding

*Storyboard* digunakan untuk mengemukakan bagaimana layout dan navigasi situs web. Storyboard dapat dibuat dengan membuat sketsa pada kertas atau menggunakan program aplikasi grafis seperti Adobe Photoshop. Setelah proses storyboard disetujui maka dapat melanjutkan ketahapan berikutnya.

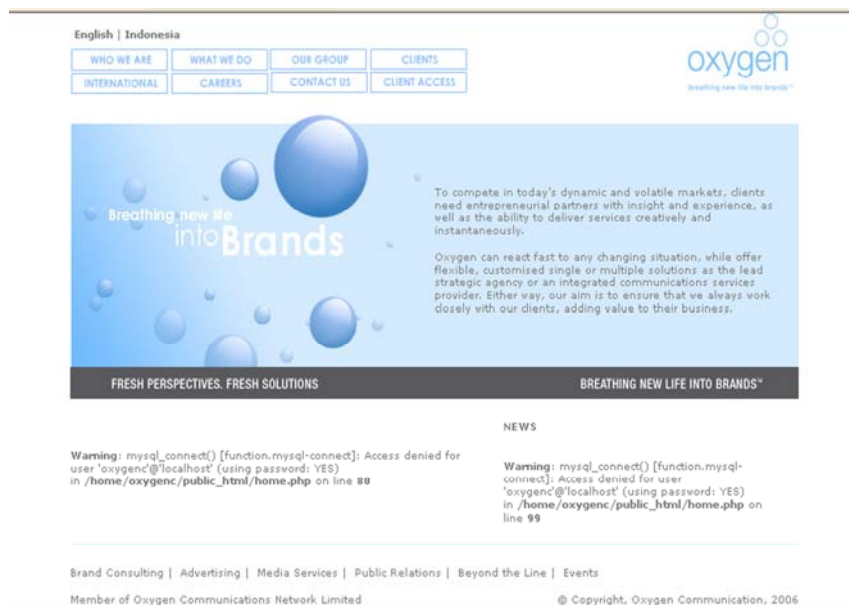
- Membuat prototipe

Pada tahap ini, hal yang terpenting adalah membuat beberapa desain halaman depan (*interface*) situs web. Ini dilakukan karena seluruh desain halaman situs web akan mengacu pada halaman depan (*interface*). Prototipe dibuat untuk diserahkan pada klien agar dapat mencoba kinerja prototipe seperti link, tampilan layout, dan bagaimana informasi ditampilkan di dalam isi situs web.

- Implementasi

Pada tahap implementasi ini web desainer bersama web programmer mulai membuat situs web dari halaman depan sampai akhir. Tahap implementasi ini mengacu pada prototipe yang telah dibuat dalam tahap mendesain. Misalnya menata ulang letak banner, button, link, dan animasi sesuai masukan dari klien; mengatur isi situs web pada setiap halaman sesuai pembagian kategori isi; menempatkan link menuju masing – masing kategori pada halaman depan serta membangun situs web mulai dari halaman depan sampai akhir dengan aplikasi web editor sesuai dengan struktur situs web yang dipilih.

Berikut contoh tampilan desain web halaman depan (*interface*)



- Tampilan logo web beserta motto sebagai tanda kepemilikan.
- Heading : judul pada halaman web
- Footer : catatan bagian bawah dari laporan yang hampir ada pada setiap halaman.
- Menu : penuntun fasilitas yang tersedia, untuk mengarahkan user dalam memilih proses yang akan dieksekusi.
- Image : citra / grafik / gambar yang di tuangkan dalam keadaan visual, file grafik dapat disertakan dalam dokumen web.
- Button : visualisasi tombol yang ada pada layar monitor.
- Link : terhubungnya suatu objek dengan objek lain.
- Papan navigasi : biasanya ditampilkan dalam bentuk menu – menu yang tersusun rapi.

## BAB III

### GAMBARAN UMUM

#### 3.1 Latar Belakang Perusahaan

Milestone Advertising and Communication (MAC) adalah salah satu biro iklan yang berdiri pada tahun 2003 di bawah naungan PT. Batu Pijak Kreatifitas. MAC hadir dengan warna berbeda di banding biro iklan rivalnya. Dengan memberi harga low price kepada klien – kliennya MAC hadir bersama George Varghese, Aldy Rianto, SAM August Himawan, dan Unggul Kardjono.

Munculnya MAC berawal dari kesepakatan bersama akibat penolakan order dengan budget kecil. MAC mencoba untuk mengambil kesempatan dengan mendirikan biro iklan yang tidak mematok harga tinggi. Karyawan yang berawal dari seorang *office boy* dan dengan modal bersama inilah mereka memanfaatkan untuk membeli beberapa keperluan kantor seperti membeli mesin *faximile*, telepon, dan sewa gedung.

MAC tidak hanya menyediakan jasa dalam pembuatan iklan *above the line* (ATL) dan *below the line* (BTL), tapi juga full service agency. Kehadirannya inilah yang membuat MAC tetap bertahan hingga kini.

Saat – saat yang tidak mudah bagi MAC dalam mendapatkan klien. MAC harus datang ke perusahaan – perusahaan demi untuk mendapatkan klien. Dengan usahanya inilah, akhirnya MAC berhasil mendapatkan klien pertama yaitu Standar Chartered Bank. Setelah berhasil menggarap klien pertama mereka, MAC sering di

undang untuk pitching oleh sejumlah klien besar salah satunya adalah The Pakubuwono Residence.

Kini MAC sudah memiliki 16 karyawan tetap dengan 2 orang freelancer. Karena kesuksesannya inilah Aldy Indartono sebagai salah satu petinggi MAC berhasil mendapatkan penghargaan “50 Hottest Enterpreneur” di salah satu majalah SWA edisi 27/XXII/21 pada bulan Desember 2006 – 3 Januari 2007.

## **3.2 Visi, Misi dan Motto**

### **3.2.1 Visi**

Agensi periklanan yang memberikan pelayanan penuh dalam menyediakan :

- Tuntunan / konsep strategis,
- Komunikasi yang kreatif
- Penempatan media yang kompetitif

### **3.2.2 Misi**

- Pemenuhan target yang tepat dan mendalam
- Bersikap dinamis, berpengaruh, dan inovatif
- Efisien

### **3.2.3 Motto**

“give the client the best at the right price”

### **3.3 Pelayanan Jasa**

- Direct Mail
- Newspaper
- Event
- Magazine
- Cinema Adv
- Outdoor Media
- Feature Film
- CD Rom
- Virtual Reality
- Books
- Sales Promotion
- Videos
- Trade Incentives
- Web based Adv
- Annual Report
- Property Music
- Home Shopping
- Merchandising
- EMAIL Adv
- Television
- Radio

### 3.4 Klien

#### PrintAd & POS

- AIG Lippo
- BNI Multifinance
- Hyatt International
- IndoFood
- Martha Tilaar
- MU – Mortar Utama
- Pakubuwono Residence
- Royal Brunei Airlines
- Red Cross (PMI)
- SANEX Telephones
- Savills Singapore
- Sharp Electronics
- Shell
- Standard Chartered Bank
- TRAC - Toyota
- Jiwasraya Insurance
- Johnson and Johnson  
(Clean and Clear)
- Motorola
- Dexa Medica (Toxilite -  
Launch)
- ASTRO
- Bakrie Tower
- Bank- BTN
- Hypermart
- Mirabella
- LION AIR
- Epicentrum
- DBS Bank
- SPRINGHILL
- Thalia
- BPPOM
- JW Bright
- Koran Jakarta

## **RadioAd**

- BNI MF
- L-MEN versi Janji Atlet
- L-MEN versi Pelatnas

## **TVC**

- IndoFood
- BNI Remittance
- CLEAN&CLEAR versi ekskul
- CLEAN&CLEAR versi ekskul
- CLEAN&CLEAR versi nginep
- ESTER C versi kenangan
- JIWASRAYA versi menghitung hari
- JIWASRAYA corporate
- SCB SOARING EAGLE 1

### **3.5 Struktur Organisasi**

Managing Director : George Varghese

General Director : Aldy Rianto Indartono

#### **CREATIVE DEPARTEMENT**

Creative Director : SAM August Himmawan

Sofyan

Executive Producer : SAM August Himmawan

Graphic Designer : Adhi Mahendra

Rachmawanto

Art Director : Agus Wahyudi

Freelancer : Reshanita

Indri Haryono

#### **CLIENT SERVICE DEPARTEMENT**

Account Director : Arttanti Dhina

Account Manager : Reno Pellaupessy

Dina Akmalia

#### **FINANCE DEPARTEMENT**

Finance Manager : Heriani

Administration : Neni Legina

#### **MAINTENANCE**

Office Boy : Chaerul

Priyatno

Joko



### 3.6 Tugas Setiap Departemen

- **Managing Director**

Managing Director atau pemimpin tertinggi dari sebuah perusahaan biro iklan bertugas dalam memimpin perusahaan yang di dirikannya.

- **General Director**

General Director atau pimpinan operasional, yaitu memimpin pelaksanaan pekerjaan utama di dalam sebuah perusahaan biro iklan.

- **Creative Department**

Departemen Kreatif sering disebut sebagai “dapurnya” periklanan. Di departemen inilah pesan – pesan periklanan untuk berbagai media diciptakan, digodok, dan dikembangkan untuk disampaikan kepada khalayak sasaran melalui media yang dipilih.

Tenaga inti dalam departemen ini terdiri dari *copywriter* yaitu orang – orang dengan keahlian menulis, dan *art director* atau pengarah seni orang – orang dengan keahlian menggambar atau merancang tata letak atau layout iklan. *Copywriter* dan *art director* adalah tim yang bekerja dibawah pimpinan seorang *creative director*.

- **Client Service Department**

Kalau *Creative Department* disebut sebagai dapurnya maka, *Client Service Department* atau *Account Service Department* sering diberi julukan “ujung tombak” sebuah perusahaan periklanan karena mereka saling berhubungan langsung dengan pihak klien. Di sinilah mereka yang berkualifikasi *Account Executive*, *Account Manager* dan *Account Director*

berada. *Account Executive* atau *Account Director* menduduki posisi yang unik, bila di kantor klien dia adalah representative dari biro iklan tempatnya bekerja tetapi di biro iklan tempatnya bekerja dia adalah wakil dari klien. Jadi, *Account Executive* adalah orang yang paling banyak tahu urusan klien dan selalu memikirkan urusan klien.

- **Media Department**

Media Departemen adalah departemen yang mempunyai tugas untuk mengevaluasi, merencanakan dan memilih di media apa, kapan, dan berapa sering pesan iklan harus dimuat atau dipasang untuk mendapatkan hasil (*response*) yang maksimal. Oleh karena itu, orang – orang di departemen media harus pandai – pandai bernegosiasi dengan perusahaan media, karena dari sinilah sumber pemasukan utama bagi sebuah biro iklan.

*Media Planner, Media Buyer, dan Media Director* atau *Media Manager* bekerja bersama *Account Director* dan *Creative Director* merancang dan menentukan *media strategy* untuk kampanye klien. Tentunya strategi ini harus disetujui klien terlebih dahulu sebelum dilaksanakan. Begitu juga rancangan kreatif yang dibuat departemen kreatif harus melalui persetujuan klien.

## **BIODATA PENDIRI MAC**

### **Managing Director - George Varghese**

For the past 15 years, George Varghese has been involved with various extensive experience in consumer research, relationship marketing, product promotion & advertising : 11 years in India and 4 years in Indonesia. During that time he was associated with well-known advertising agencies such as DDB & McCann Erickson of Bombay-India, DDB of Jakarta-India, Interact Carlson & Fortune of Jakarta Indonesia. He graduated from K.C College, Bombay in Master of Business Administration and also received Bachelor of Art from Osmania University, Hyderabad. Previously lived in Bombay Mr. Varghese has served clients such as Microsoft, Unilever, Discovery Channel, Gillette, Mobil Oil & HSBC for 11 years, thus the next 4 years in Indonesia he has been responsible for handling respectable clients such as Nestle, Johnson & Johnson, Sanken, Standard Chartered Bank, Bank Commonwealth, Martha Tilaar, Ceres, Microsoft & Motorola in Indonesia. He is currently Managing Director of Milestone Advertising and Communication, Indonesia.

### **Creative Director - Unggul Kardjono**

A graduate from Art Institute of Seattle-Seattle, USA in Computer Animation, Unggul began his career with Sunhawk Corporation in Seattle, USA. Mr. Kardjono started off with assisting PARKIR Magazine's creative department for a year when he received a better opportunity at TBWA-Jakarta, Indonesia. Along with TBWA, Unggul involved with respectable clients such as Nutricia, Avena

Cooking Oil, Bir Bintang, Nivea, Kanzen, and HERO. During his workin years in TBWA he received Best Graphic Artist Award from Jakarta Magazine-Indonesia for his contribution. Mr. Kardjono has also worked for In-House Agency-Jakarta, Indonesia where he handled clients, such as : KIA Motor and Suzuki. He is previously joined Fortune Tbk-Jakarta, Indonesia where he responsible for clients, such as : Fortune Cooking Oil, Jiwasraya, Esther-C Holisticare, Sumber Ayu, Pertamina Tbk, Aptivium and LOTTE. Mr. Kardjono also fond of painting, where he holds painting exhibition from time to time. He is now Creative Director of Milestone Advertisng and Communication, Indonesia.

#### **Account Director - Aldy Indartono**

After graduated from Monash University-Australia, where he received his Master of Bussiness Administration degree, Mr. Indartono decided to spend the next 6 years in communication industry. His knowledge has served well in extensive experience in consumer research, product launching, event management, product promotion & advertising. He started his career by handling respectable clients such as Sampoerne, Nestle, Renault, Bank BNI, Metlife Sejahtera Insurance, Hewlett and Packard, Holisticare Ester-C, Mayora, Belezza Apartment. Aldy Indartono associated with advertisng agencies like : Publicis Metro-Jakarta, Indonesia, Saathchi & Saatchi-Jakarta, Indonesia and Fortune-Jakarta, Indonesia. Mr. Indartono is now account Director for Milestone Advertisng and Communication, Indonesia.

### **Creative Director - SAM August Himmawan**

SAM August Himawan has involved with numerous advertising projects from reputable clients such as : Djarum, Harley – Davidson, Bank Mandiri, L-Men, Lip Ice, Nestle, Sarijaya Sekuritas, Fortune Cooking Oil, Pertamina, Jiwasraya, Clean & Clear, Susu Ultra. After graduating from respectable Padjadjaran University in Communication Service with Bachelor Degree, Mr. Himawan started his career with marketing communication companies in Indonesia such as FMB Radio, Cakram Magazine, The First Edition and Fortune for 7 years. His talent has led him into variety experiences in marketing communication strategis, above the line – below the line communication, internal communication, qualitative research & production. SAM August Himmawan is now Creative Director of Milestone Advertisng and Communication, Indonesia.

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### 4.1 Aktivitas khusus

Dalam melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Milestone Advertising and Communication (MAC), penulis ditempatkan di bagian *creative department* sebagai *graphic design*. Kegiatan di hari pertama penulis ialah proses pengenalan dan adaptasi, baik itu pengenalan dengan para karyawan MAC ataupun dalam ruang lingkup kerja di MAC. Penulis juga diberi penjelasan singkat mengenai tugas – tugas di setiap departemen yang ada di MAC.

Selain itu, penulis juga mengamati bagaimana cara kerja di perusahaan periklanan; mulai dari mengikuti rapat internal, melihat bagaimana seorang *creative desaigner* mempresentasikan hasil kerja yang telah dibuatnya, serta ikut ambil bagian *brainstorming* bersama *creative department*.

Di bagian *creative department* inilah penulis mendapat kesempatan untuk membuat desain website MAC. Mulai dari melihat bentuk – bentuk desain website agency periklanan lain sebagai bahan acuan dalam membuat desain website untuk MAC nantinya, hingga rancangan website itu sendiri.

Selanjutnya, penulis mencoba menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dalam pembuatan situs web ini dan siapa saja target atau pengunjung web. Kemudian ke tahap berikutnya yaitu menganalisa kebutuhan web. Rancangan – rancangan yang telah di buat nantinya akan di nilai oleh semua tim yang ada di

departemen kreatif, seperti *art director* dan *graphic design* untuk selanjutnya di eksekusi ke *creative director*.

Di sela – sela kegiatannya, penulis diberi penjelasan tentang proyek atau pekerjaan apa saja yang sedang dan akan dilaksanakan di bagian *creative department*.

## **4.2 Konsep Desain**

Hal pertama yang perlu diperhatikan dalam mendesain sebuah website adalah menentukan konsep dan tujuan. Tujuan Milestone Advertising and Communication (MAC) membuat sebuah situs web yaitu untuk memperkenalkan dan memberitahukan kepada klien – klien mereka akan hadirnya MAC. Selain untuk memperkenalkan kepada calon klien dan klien – klien mereka, target yang dituju oleh MAC yaitu perusahaan – perusahaan yang ada di Indonesia yang ingin mempromosikan produk atau jasanya.

Dari tujuan MAC membuat situs, maka dibuatlah konsep desain yang ingin ditampilkan oleh Milestone Advertsing and Communication (MAC) adalah simple dan modern. Simple, karena pada desain MAC tidak menggunakan banyak warna. Pada background hanya menggunakan perpaduan dua warna netral yaitu hitam dan putih, yang terkesan modern. Sedangkan untuk button – buttonya menggunakan lima warna yang berbeda dengan menambahkan efek cahaya agar terlihat bening seperti permen kristal.

### 4.3 Desain

Hal pertama yang dibutuhkan dalam membuat desain sebuah website adalah bagaimana memahami konsep dasar dalam pembuatan web, mulai dari tool yang digunakan, format gambar yang sesuai, hingga pemilihan warna teks dan latar belakang sebuah halaman web.

Desain yang ingin ditampilkan dalam membuat website milestone adalah desain web yang bergaya bening seperti permen kristal. Agar terlihat lebih menarik, tampilan desain halaman depan (*interface*) website milestone berbentuk lingkaran. Penggunaan button – button dalam bentuk lingkaran ini sedikit diberi efek cahaya agar terlihat bening seperti permen kristal. Warna yang dipakai untuk setiap button pun berbeda – beda, diantaranya : orange, hijau, biru, merah dan hitam sebagai background.

Warna dalam sebuah situs memiliki makna tersendiri karena warna sangat mempengaruhi emosional pengunjung untuk menentukan langkah selanjutnya. Dalam situs web warna dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu: warna sejuk, warna hangat, dan warna netral.

Warna biru dan hijau masuk dalam kategori warna – warna sejuk. Warna – warna sejuk cenderung berpengaruh memberikan perasaan tenang bagi yang melihat. Warna hangat seperti merah dan orange cenderung mempunyai suatu efek kegairahan bagi yang melihatnya. Oleh karena itu ketika warna – warna hangat digunakan dapat membangkitkan emosi kekuatan serta keberanian, kehangatan atau keramahan, dan kemarahan. Selanjutnya untuk warna netral seperti hitam adalah suatu pemilihan agung untuk bergaul dengan suatu palet



(lukis) hangat atau dingin. Pemilihan warna netral sangat baik untuk *background* (latar belakang) dalam suatu situs. Warna hitam memberikan perlindungan, bergaya atau anggun, kesan yang dramatis.

Tidak hanya warna, teknik penulisan dalam sebuah web pun berbeda dengan penulisan untuk cetak. Waktu adalah hal terpenting bagi mereka pengguna internet begitu juga halnya kesederhanaan. Sederhana dalam teknik penulisannya. Beberapa konsep penulisan yang sederhana dalam sebuah web, yaitu: buat struktur kalimat sesederhana mungkin atau buat kalimat pendek, jangan menggunakan semua huruf kapital, hindari teks miring secara berlebihan.

Selain untuk memperkenalkan, tujuan utamanya agar calon klien, klien atau siapa saja yang melihat tampilan web milestone bisa tetap berdiam duduk di depan komputer sambil mengamati apa saja yang di tampilkan di dalamnya.

#### **4.4 Pembuatan Storyboarding**

Ketika merancang tata letak (layout) halaman web dapat menggunakan beberapa teknik, salah satunya dengan cara membuat sketsa pada kertas atau membuat sketsa menggunakan program aplikasi grafis seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Fireworks, Corel draw, dan lain – lain. Tergantung bagaimana cara web desainer merancang tampilan visual sebuah situs web. Setiap desainer memiliki cara berbeda – beda dalam merancang sebuah desain web.

Dalam tahap ini proses sketsa menjadi lebih detail, yaitu dengan penentuan warna, grafis, dan lain – lain. Sampai tahap ini tampilan sketsa tampak seperti hasil akhir. Proses inilah yang sering penulis konsultasikan bersama *graphic*

*design* dalam menentukan arah yang tepat yang sesuai dengan keinginan klien. Setelah melalui beberapa revisi, maka di dapatlah hasil akhir yang di inginkan klien. Desain web milestone yang ingin di tujukan kepada klien mereka adalah desain yang simple, menarik dan cukup komunikatif.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Banyak pengalaman baru yang di dapat penulis selama melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. BATU PIJAK KREATIVITAS. Di sinilah penulis mendapat pengetahuan serta wawasan akan dunia kerja. Berdasarkan laporan selama Praktek Kerja Lapangan (PKL), penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- Proses mendesain web sangat mempengaruhi keberhasilan situs web, seperti: mudah digunakan, proses koneksi cepat, tampilannya menarik, perpaduan warna, dan lain – lain.
- Dalam mendesain sebuah situs web perlu memperhatikan konsep pembuatan web itu sendiri agar tujuan yang yang di inginkan dapat tercapai.
- Dibutuhkan suatu kerjasama yang baik dalam sebuah tim kerja agar sesuai dengan tujuan yang di inginkan.

## **5.2 Saran**

- Sebaiknya setiap mahasiswa dan mahasiswi yang melakukan Praktek Kerja Lapangan di bimbing dan di ikut sertakan langsung dalam setiap pekerjaan.
- Sebaiknya setiap mahasiswa dan mahasiswi yang melakukan Praktek Kerja Lapangan diberikan waktu yang lebih lama untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Madjadikara, Agus S., *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*, Gramedia, Jakarta, 2005.

Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Ramadina Prakarsa, Tangerang, 2007.

Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.

Riyanto, Slamet, *Membangun Website dengan Adobe Photoshop dan Macromedia Dreamweaver*, Datakom Lintas Buana, Jakarta, 2007.

Patrianto, Widodo, *Kertas Kuliah Pengantar Periklanan*, Jakarta, 2004.

Purnama, Pupung Budi, *Kiat Praktis Menjadi Desainer Web Profesional*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004.

Sendjaja, S. Djuarsa, *Pengantar Komunikasi*, Universitas Terbuka, Jakarta, 1999.

Suyanto, M., *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*, ANDI, Yogyakarta, 2004.

Technology, Lensa, *Trik Mendesain Aqua Web Style dengan Fireworks dan Photoshop CS*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2008.

Komputer, Wahana, *Menjadi Seorang Desainer Web*, ANDI, Yogyakarta, 2005.

Vardiansyah, Dani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2004.

**Sumber Lain :**

Badudu, Sultan Mohammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1996.

Effendi, Onong Uchjana, *Kamus Komunikasi*, Penerbit Mnadar Maju, Jakarta, 1989.

Febrian, Jack, *Kamus Komputer dan Teknologi Informasi, Informatika*, Bandung, 2002.

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

[www.masterweb.com](http://www.masterweb.com)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : **DWIKA OMEGA**

Tempat/Tinggal : Jakarta, 25 Oktober 1986

Agama : Katholik

Alamat : Jl.H. Usman No.25 Rt.11/011  
Kel.Kelapa Dua Wetan – Kec.Ciracas  
Jakarta Timur

### Pendidikan :

Th 1992 – 1998 = SDN Petojo Utara 05 Pagi

Th 1998 – 2001 = SMP St.Paulus, Jakarta Pusat

Th 2001 – 2004 = SMU St.Paulus, Jakarta Pusat

Th 2004 – sekarang = Universitas Indonusa Esa Unggul (UIEU)  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Jurusan Advertising

### Riwayat Organisasi :

- Tahun 2006 sebagai Sie. Dana KMK (Keluarga Mahasiswa Khatolik).
- Tahun 2007 sebagai bendahara Rekoleksi KMK (Keluarga Mahasiswa Khatolik).

Jakarta, 11 January 2008

To Whom This May Concern:

This is to acknowledge the exceptional work that **Dwika Omega** has rendered to Milestone Advertising and Communication as an **apprentice/ internship Graphic Designer** from **26<sup>th</sup> of November 2007 to 11<sup>st</sup> January 2008**. Her main task was to assist Graphic Designer and Art Director of Milestone Advertising and Communication, on all day-to-day advertising and communications requirements of some of our worldwide clients, with specific assignments on Bank BNI, Mortar Utama Cement, Savills Singapore, Rasuna Epicentrum, Microsoft Corporation, Indofood, TRAC, PLN Electricity, Standard Chartered Bank, Sanex Mobile Telephone, Madina Cooking Oil, and many others which includes learning the pitching process and other integrated marketing communication activities

**Dwika Omega** demonstrated a high level of professionalism and maturity in all her job responsibilities and shown enthusiasm and determination on her work

We commend **Dwika Omega** for a job well done on being an apprentice / internship Graphic Designer and hope that this letter of recommendation and recognition can assist her in all future plans.

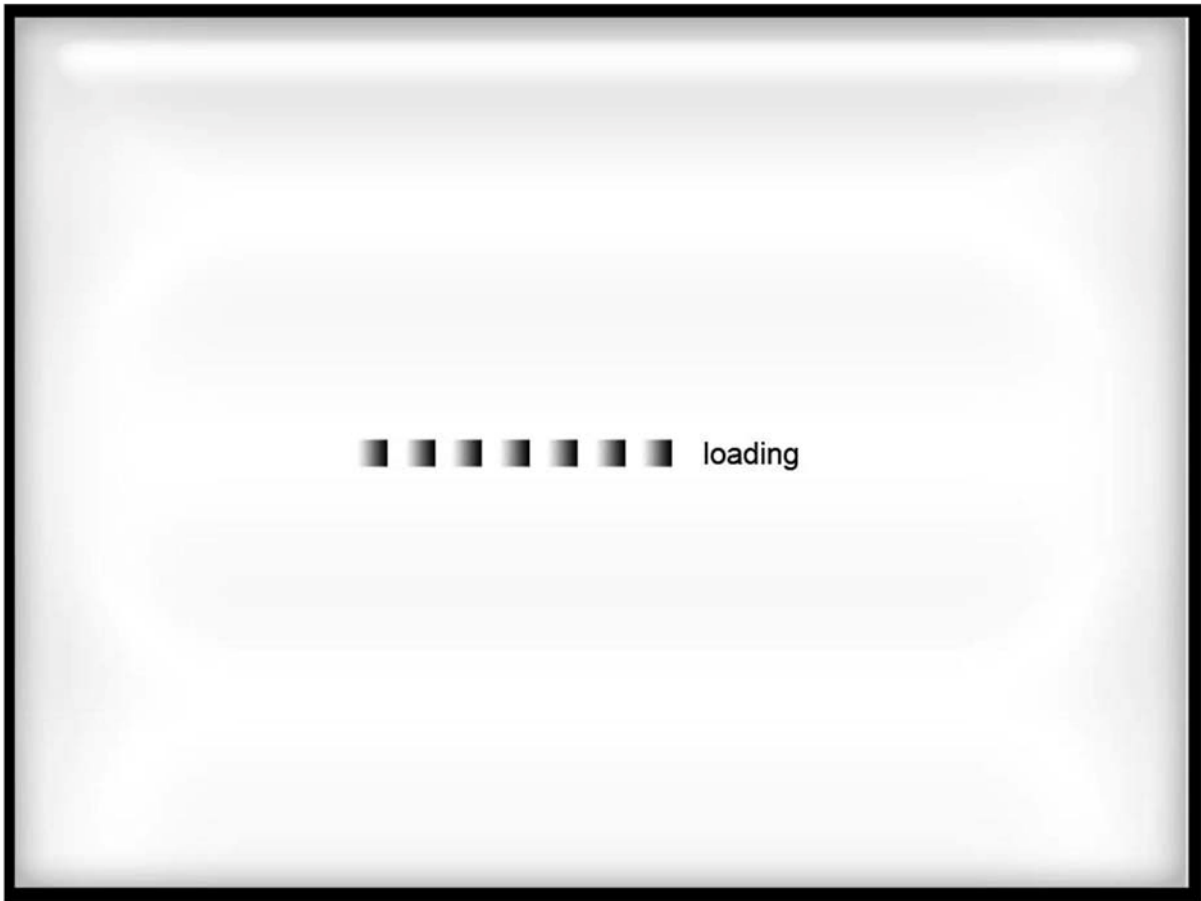
Respectfully yours,



MILESTONE  
advertising & communication

Aldy Indartono  
*General Manager*  
Milestone Advertising & Communication





Proses loading





Interface milestone, nantinya setiap buttonnya akan berputar mengelilingi milestone



Pada halaman ini menyampaikan ttg sejarah, visi & misi dr milestone



Menginformasikan ttg jasa pelayanan apa saja yang dikerjakan



Menginformasikan siapa saja yang sudah bekerja sama dengan milestone



klien - klien yang sudah mereka kerjakan

